

Impulsar desde un Portal Turístico denominado “Morrosquillo Travels”, El Etno- Eco-Turismo Naranja como una estrategia que permita optimizar el potencial de la región; bajo un modelo Social, Solidario, Participativo y Sostenible en los Municipios de Santiago De Tolú Y Coveñas en el Golfo de Morrosquillo - Departamento de Sucre.

Delcy Del Socorro Benítez Romero

Mayo 2019

Implementar desde un Portal Turístico denominado “Morrosquillo Travels”, El Etno- Eco-Turismo Naranja como una estrategia que permita optimizar el potencial de la región; bajo un modelo Social, Solidario, Participativo y Sostenible en los Municipios de Santiago De Tolú Y Coveñas en el Golfo de Morrosquillo - Departamento de Sucre.

Trabajo de Grado proyecto Aplicado para Obtener el Título de Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo Universidad Nacional Abierta y A distancia UNAD

Delcy Del Socorro Benítez Romero

Mayo 2019

## **Agradecimientos**

Este proyecto de grado me ha permitido reflexionar que la formación es alternativa más valiosa que toda persona debe apuntarle. A Dios gracias doy por su infinita bondad, por guiarme hacia el empoderamiento y el desarrollo sostenible de mi Departamento de Sucre especialmente los municipios de Coveñas y Santiago de Tolú que fueron mi inspiración para estos nuevos procesos de transformación regional.

A mi familia: Mi Mama, hermanas, a mi esposo Eduardo Núñez, a mis hijos María Alejandra y Edward Andrés niñez Benítez, mis pilares vida por el tiempo que me cedieron para que este logro hoy se haga realidad.

A la UNAD, sus tutores quienes bajo su modelo de formación holística y sistemática me han enfocado a la resolución de problemas territoriales, en especial a la Dra. Martha Lucia Rojas Mendoza, mi líder de proyectos, quien con su paciencia, pasión y orientación hoy pondré a disposición una solución generación de ingresos a través de un emprendimiento naranja, con enfoque territorial solidario y tecnológico.

## Tabla de Contenido

Resumen Analítico.....	9
Abstract.....	11
Introducción e Información General.....	13
2. Planteamiento del Problema.....	15
3. Justificación.....	18
4. Objetivos.....	20
4.1. Objetivo General.....	20
4.2. Objetivos Específicos.....	20
5. Población.....	21
6. Marco Conceptual Y Teórico.....	25
6.1. Entorno favorable, nivel organizacional y nivel individual.....	27
6.2. Componente estratégico 1: Inclusión etno ecoturística hacia la productividad.....	27
6.3. Componente 2. Orientado al clúster para el fortalecimiento inter institucional Comercialización, innovación y competitividad.....	33
6.4. Seguimiento y sostenibilidad de unidades etno ecoturísticas en los municipios de Coveñas y Santiago de tolú.....	39
7. Metodología.....	41
8. Tiempo De Ejecución.....	44
8.1. Cronograma.....	44
9. Indicadores y Metas.....	46
10. METAS.....	46
11. INDICADORES.....	46
<input type="checkbox"/> Realizados 5 talleres de socialización del proyecto.....	46
<input type="checkbox"/> Desarrollados 5 talleres de economía solidaria.....	46
<input type="checkbox"/> Desarrollados 5 talleres de emprendimiento e ideas de negocios.....	46
<input type="checkbox"/> Desarrollados 10 talleres de plan de negocios y plan de inversión.....	46
<input type="checkbox"/> Desarrollados 5 talleres de mercadeo y marketing.....	46
<input type="checkbox"/> Desarrollados 5 talleres de contabilidad.....	46

□ Desarrollados 5 talleres de costos.....	46
□ Desarrollados 5 talleres sobre emprendimiento de negocios verdes. ....	46
□ Desarrolladas 10 formaciones técnicas en las líneas económicas desarrolladas o emprendidas. ....	46
□ Establecidos 10 acuerdos comerciales.....	46
11.1.Indicadores de Impacto.....	48
11.2.Indicadores Cuantitativos.....	48
11.3.Indicadores Cualitativos.....	50
11.4.Comité de Seguimiento.....	52
11.5.Recurso Necesario .....	53
11.6.Resultados Esperados.....	55
12. Conclusiones.....	57
13. Rerencias Bibliográficas.....	58
Cibergrafías.....	62

## Lista de Tablas

Tabla 1. Articulación funcional de los sectores del DNP (2016), los ODS de la ONU (2015) y los ejes estratégicos del Plan de Desarrollo Sucre (2016-2019).....	15
Tabla 2. Población objetivo .....	24
Tabla 3. Marco Lógico.....	28
Tabla 4. Fase 2: fortalecimiento de eco emprendimiento .....	34
Tabla 5. Fase 2: fortalecimiento de eco emprendimiento .....	40
Tabla 6. Matriz Trimestral. ....	48
Tabla 7. Matriz Macro. Tabla # 7 .....	49
Tabla 8. Ficha Cualitativa de seguimiento Introductoria.....	51
Tabla 9. Matriz de Resultados .....	55

## Lista de Graficas

Gráfica 1. Cuantitativo de Medición.....	50
--	----

## **Lista de Imágenes**

Imagen 1. Mapa Golfo de Morrosquillo .....	21
--	----

## Resumen Analítico

Partimos por generar una idea auto sostenible, innovadora construida bajo los parámetros del uso eficiente de los recursos naturales, donde lograremos implementar una cultura naranja bajo un modelo solidario. La Propuesta visionada en su primera fase al año 2020, se origina desde la Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo, partiendo de la presentación de un proyecto de grado aplicado que se enfoca desde un cambio social, cultural y económico en la región del Golfo de Morrosquillo; formulando una propuesta direccionada hacia el impulso del etno-eco turismo naranja como una alternativa de desarrollo empresarial, orientada hacia la conformación de clústeres (una articulación de aliados estratégicos, representados en los entes territoriales, empresas públicas y privadas, los proveedores de los diferentes sectores servicios, productivos y sociales) que conduzca hacia la legalidad y al desarrollo de los sectores antes mencionadas, por medio de una estrategia digital, Tal como lo viene planteando (Min TIC) a través de Apps.co, iniciativa del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones que promueve el emprendimiento digital que permita brindar información a través de cualquier medio digital y facilidades a los viajeros cibernautas. Morrosquillo travels pretende dinamizar el desarrollo humano, social, económico, ambiental y étnico a un total de dos (2) municipios como son Santiago de Tolú y Coveñas del Golfo de Morrosquillo; catapultando la venta de servicios del etno-ecoturismo y atendiendo a las necesidades del sector turístico tal como lo propone el **Plan de desarrollo Sucre progresa en Paz 2016-2019** en su enfoque de identidad territorial busca que las acciones de la Administración departamental, en el próximo cuatrienio, se encuentren dirigidas diferencialmente hacia las cinco subregiones que componen el departamento, especialmente la del Morrosquillo, (Coveñas y Santiago de Tolú) para esto se tendrán presentes las características económicas, sociales, políticas, culturales y ambientales de cada una de ellas y el diseño de estrategias adecuadas que guíen al reconocimiento de un diagnóstico integral del territorio y la planeación estratégica del Plan de Desarrollo, las cuales fueron abordados bajo los enfoques de equidad social, poblacional diferencial 2

*Palabras Clave: Economía Naranja, Institucionalidad, Etno Ecoturismo, Turismo sustentable, Clúster, Cultura, desarrollo, económico territorial, Transformación Digital, stakeholders, Alternativa, Información, Digital, Emprendimiento, Sostenibilidad, Legalidad, Estrategia, Gestión, Enfoque, Industria, Avance, Sociedad, Proyección.*

### **Abstract**

We start by generating a self-sustainable, innovative idea built under the parameters of the efficient use of natural resources, where we will be able to implement an orange culture under a solidarity model. The Proposed Vision in its first phase to the year 2020, originates from the Specialization in Strategic Marketing Management, starting from the presentation of an applied degree Project that focuses on a social, cultural and economic change in the Golf of Morrosquillo region ; formulating a proposal directed towards the promotion of the orange ethno-eco tourism as an alternative for business Development, orientad towards the formation of clústers (an articulation of strategic alíes, representad in the territorial entities, public and prívate companies, the suppliers of the different sectors services, productive and social) that leads to the legality and Development of the aforementioned sectors, through a digital strategy, as it has been proposed (Min TIC) through Apps.co, initiative of the Ministry of Technology of the Information and Communications that promotes digital entrepreneurship. Morrosquillo travels aims to boost human, social, economic, evironmental and ethnic Development to a total of two (2) municipalities such as Santiago de Tolú and Coveñas del Golfo de Morrosquillo, catapulting the sale of ethno-ecotourism services and meeting the needs of the tourism sector providing Information through any digital means and facilities to cybernaut travelsbMorrosquillo travels aims to boost human, social, economic, environmental and ethnic development to a total of two (2) municipalities such as Santiago de Tolú and Coveñas del Golf de Morrosquillo; catapulting the sale of ethno-ecotourism services and meeting the needs of the tourism sector as proposed by the development plan Sucre progresses in Peace 2016-2019 in its territorial identity approach seeks that the actions of the departmental Administration, in the next four years, are differentially directed towards the five subregions that make up the department, especially that of Morrosquillo, (Coveñas and Santiago de Tolú). For this, the economic, social, political, cultural and environmental characteristics of each of them and the design of appropriate strategies to guide the recognition of an integral diagnosis of the territory and the strategic planning of the Development Plan, which were addressed under the social equity, differential population 2 approaches

*Key Words:* Orange Economy, Institutionalality, Ethno Ecotourism, Sustainable Tourism, Cluster, Culture, Development, Territorial Economics, Digital Transformation, Steakholders, Alternative, Information, Digital, Entrepreneurship, Sustainability, Legality, Strategy, Management, Approach, Industry, Progress, Society, Projection,

## **Introducción e Información General**

El desarrollo se construye partiendo de la base que es para personas ubicados en territorios concretos, Un sector del Golfo de Morrosquillo del Departamento de Sucre, tiene características especiales desde el punto de vista natural, paisajístico, etno cultural que complementadas con la gestión, la asociatividad, clúster, stakeholders y empoderamiento de los nativos u grupos asociativos se podrán implementar cambios con acciones dirigidas hacia a la satisfacción de sus necesidades básicas a través de la Economía Naranja, como término, engloba las actividades realizadas dentro de las Industrias Culturales y las Industrias Creativas, las cuales incluyen la arquitectura, las artes visuales, y escénicas, las artesanías, el cine, el diseño, la investigación y desarrollo, los juegos, tradiciones ancestrales, religiosas, belleza paisajísticas, la moda, la música, la publicidad, el software, la TV y radio, y los videojuegos (Buitrago y Duque, 2013)

Desde 1997 con la aprobación de la Ley General de Cultura, Colombia ha adelantado un amplio sistema de instituciones que fomentan la Economía Naranja, pasando por iniciativa del Ministerio de Cultura (Min Cultura) y trabajos transversales con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinTIC) y el Ministerio de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (MinTIC), pasando por la expedición del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la cual elabora la medición macroeconómica de las actividades culturales.

Esta es un referente para los demás países latinoamericanos ya que de su experiencia se construyó el manual elaborado por el Convenio Andrés Bello (CAB). Finalmente, es importante destacar que Colombia es miembro del Mercado de Industrias Culturales del Sur (MICSUR).

Aprovechar estas potencialidades que poseen Santiago de Tolú y Coveñas se podrá transformar esta realidad en una oferta etno eco-turística que contribuya con la generación de empleos e ingresos, la legalidad empresarial. Partiendo del hecho del hecho de este proyecto aplicado busca motivar a los habitantes de los municipios de Santiago de Tolú y Coveñas a participar del rescate tradicional étnico, fortaleciendo a las organizaciones a través del desarrollo

empresarial solidario, clasificando su oferta u paquetes turísticos, gestionando el proceso de certificación o habilitación de las zonas como destino etno ecoturístico para emprender de manera legal, la preparación o formación del personal, el rescate de tradiciones y expresiones culturales vernáculas, son elementos que complementan la transformación de ese sector de los municipios pilotos en una fuente de desarrollo territorial a partir de la riqueza natural humana que éste posee.

Con esta investigación aplicado y plasmada en este documento se busca analizar cómo articulando las estrategias tecnológicas, La gestión con sus stakeholders se puede desarrollar un territorio, garantizar la legalidad y sostenibilidad financiera a través del Etno-eco emprendimiento.

En este orden de ideas, el Plan de Desarrollo “Sucre Progresa en Paz” fue elaborado a partir de los lineamientos metodológicos sugeridos por el DNP en la herramienta kit territorial, con la participación activa de los diferentes actores sociales y comunitarios en cada una de las subregiones, (región del Morrosquillo), articulado con el Plan Nacional de Desarrollo “Todos por un Nuevo País” 2014-2018, estructurado a partir de, en primer lugar, fortalecer la gestión asociada a los sectores Sociales (stakeholders y Clúster ), como segunda medida, el Plan de Desarrollo plantea la urgencia de trabajar el componente de reactivación económica, efectuando apuestas grandes en términos de aprovechamiento de las vocaciones y potencialidades del territorio, como lo son la promoción del desarrollo turístico, la consolidación de las condiciones logísticas, la promoción del turismo, la riqueza y biodiversidad, la gastronomía, la cultura, las tradiciones ancestrales (artesanías) y paisajísticas indispensables para crear condiciones de competitividad, empleabilidad y generación de ingresos para los sucreños.<sup>1</sup> (2019)<sup>1</sup>

La zona Caribe ha logrado generar a nivel nacional e internacional un Good will como destino turístico entre los que se encuentran (Cartagena, Santa Marta), más sin embargo aún Coveñas y Santiago de Tolú, a pesar de estar ubicada en franja no ha podido lograr su consolidación como destino etno ecoturístico.

---

<sup>1</sup> EL PLAN DEPARTAMENTAL DE DESARROLLO DE SUCRE 2016 - 2019 “SUCRE PROGRESA EN PAZ. Pág. 22-23

## 1. Planteamiento del Problema

El departamento de Sucre está compuesto por cinco subregiones, entre ellas la Subregión Morrosquillo. Esta se ubica al Norte del departamento, bordeada por las playas del Golfo de Morrosquillo, y conformada por los municipios Coveñas, San Antonio de Palmito, Tolú, Toluviejo y San Onofre, los cuales ocupan un área de 1886 kilómetros cuadrados (18.2% del total departamental). Para la construcción del sistema de factores claves de éxito fue necesario conocer, por medio de un diagnóstico profundo del departamento, identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, sus problemáticas, sus causas y consecuencias. Para esto fue fundamental la recolección de información de los gremios, asociaciones, entidades públicas y privadas y, sobre todo, la percepción de la población del departamento acerca de la realidad que se vive en el territorio. Para ello se genera la articulación de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ONU, 2015 (ODS), también conocidos como Objetivos Mundiales, son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad.) con los lineamientos del Departamento Nacional de Planeación (DNP, 2016) Plan Departamental de Desarrollo de Sucre (2016 – 2019) diseñando una hoja de ruta para generar la relación sinérgica de los ODS y los sectores del desarrollo, que comprende una integración transversal en sus cinco ejes estratégicos, para las subregiones entre ellas Golfo de Morrosquillo (Coveñas y Santiago de Tolú) .

*Tabla 1.*

Articulación funcional de los sectores del DNP (2016), los ODS de la ONU (2015) y los ejes estratégicos del Plan de Desarrollo Sucre (2016-2019).<sup>2</sup>

<b>Sectores del desarrollo (DNP) ODS Asociados Ejes estratégicos</b>	<b>Sectores del desarrollo (DNP) ODS Asociados Ejes estratégicos</b>	<b>Sectores del desarrollo (DNP) ODS Asociados Ejes estratégicos</b>
Cultura	11	Eje 1. Sucre progresa socialmente con equidad e Inclusión. 4 estrategias – 23 programas.

<sup>2</sup> EL PLAN DEPARTAMENTAL DE DESARROLLO DE SUCRE 2016 - 2019 “SUCRE PROGRESA EN PAZ. Pág.

Promoción del Desarrollo - Empleo y Turismo 4, 5, 8, 9, 11, 12 y 17	4, 5, 8, 9, 11, 12 y 17	Transformando los sectores productivos con innovación y competitividad. 4 estrategias – 7 programas
Ambiente 4, 6, 11, 12, 14,15, 17	4, 6, 11, 12, 14,15, 17	Eje 4. Sucre progresa con ‘Agua para Todos’, ordenado, sostenible y bajo en carbono. 2 estrategias – 6 programas.
Fortalecimiento Institucional 12, 16 y 17	12, 16 y 17	Eje 5. Sucre progresa fortalecido institucionalmente con gerencia pública efectiva. 3 estrategias – 10 programas
Desarrollo Comunitario 5 y 16	5 y 16	

En pro de los avances socioeconómicos resaltamos que en la vía que conducen desde Santiago de Tolú hasta Coveñas está ubicada una franja con gran potencial turístico, la ciénaga la caimanera donde coincide una gran diversidad de fauna, flora y ojos o pozos de agua, cabildos indígenas, asentamiento de aborígenes para el desarrollo del etno ecoturismo son unos territorio que no son ajenos a la inestabilidad que agobia a la gran mayoría de quienes en su vocación socioeconómica se dedican al turismo como alternativa económica pero que a la fecha no han podido posesionarse como destino etno-eco turístico sustentable, definiéndose este como turismo sustentable todas las actividades turísticas que se relacionan con el medio natural, económico, cultural, social y ambiental.

Para lograr esta meta es importante reconocer el gran potencial que existe en las comunidades nativas presentes en el territorio, el deseo de todos los emprendedores y grupos de interés por lograr ser un destino competitivo, pero en especial del estado colombiano, quien ha decidido potenciar el segundo sector generador de divisas, como es el turismo cultural de calidad, fortaleciendo las economías naranjas. Definido así por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) la entidad que ‘pintó’ de naranja al valor agregado que generan las industrias y empresas culturales. Santiago de Tolú y el municipio de Coveñas no gozan de infraestructura informática y muchos menos de un modelo (Business Intelligence). En 1958, Hans Peter Luhn la definió por

primera vez como la “habilidad para aprehender las interrelaciones de hechos (Steakholders) que guie la acción hacia un objetivo deseado, entre los actores económicas, sociales, ambientales y etno-cultural.

La principal finalidad de esta investigación se orienta a generar recursos económicos; por lo que la propuesta se ubica entre las iniciativas con mayor potencial de éxito como principal incentivo de un cambio social, las nuevas tendencias de consumo en el mundo de la economía serán alternativas aceleradas de destino sostenible. Sin embargo, para tener dimensión del aporte del emprendimiento naranja en el país, en 2014 el valor agregado de las empresas y organizaciones del sector cultural alcanzó \$6,4 billones. Las riquezas a potenciar presentes en el territorio son la cultura étnica (Ritmos típicos musicales sus creencias religiosas los mitos, danza, la medicina a través de curanderos, el manejo de ollas en la cabeza por sus vendedoras de panelitas, el carnaval de afro, la música champeta acogida, el lenguaje, sus creencias religiosas, las practicas (procesión en semana santa cuya duración es de doce horas, ya que se avanza un paso hacia adelante y dos hacia atrás), la gastronomía (dulces típicos de frutas autóctonas como Guayaba, coco, papaya, entre otras) artesanías (elaborados con productos del mar ), su ubicación geográfica, fauna y flora marina y terrestres a través de los servicios y los etno-eco productos, se construirán sueños que impulsen el desarrollo en los municipios de Santiago de Tolú y Coveñas; la transformación de los imaginarios y mejores condiciones de vida de nativos posesionando el territorio en forma ecológica y sostenible. Desde el punto de vista natural, existen condiciones en bruto para ofrecer etno ecoturismo y contribuir desde esta actividad al desarrollo económico. Por lo que surge como interrogante.

**¿Cómo a través de un portal WEB 2,0 en el Golfo de Morrosquillo se puede impulsar el Etno y ecoturismo como una alternativa de emprendimiento naranja bajo un modelo Social, Solidario, Participativo y Sostenible en los Municipios de Santiago De Tolú y Coveñas en el Golfo de Morrosquillo - Departamento de Sucre?**

## 2. Justificación

Sucre se cataloga como uno de los departamentos más pobres enfrentando graves problemas sociales y económicos los altos índices de pobreza y la falta de oportunidades al que se ven enfrentados los pobladores de los municipios de intervención, ameritan respuestas integrales que posibiliten abordar realidades etno socio-productivas, con el fin de dinamizar la economía local de manera sustentables, aprovechando las riquezas culturales, paisajísticas y las tradiciones étnicas, para impulsar el etno-eco emprendimiento naranja a través de grupos asociativos desde una alternativa digital (Morrosquillo-Travels) estratégico (clúster) innovador un "proyecto empresarial viable", que permita minimizar la ilegalidad, y crear un valor social como son las oportunidades reales de empleo y generación de ingresos pensando en los escenario de los próximos años, preparando a la población a intervenir a la eco-eficiencia para que pueda competir en el mercado global y proyectar con ello el desarrollo dos (2) municipios pilotos como son Santiago de Tolú y Coveñas.

Las razones propuestas de cambio tienen como fin, catapultar el etno-ecoturismo, planteando algunas alternativas de solución a los problemas de ilegalidad e informalidad de algunos nativos que han emprendido y no han sido consolidadas como efectivas para el desarrollo económico, social, y ambiental de los territorios a intervenir.

Desde el acompañamiento empresarial, se pretende transferir uso de la metodología LEAN (El método Lean Startup por (Eric Ries) es un conjunto de prácticas pensadas para ayudar a los emprendedores a incrementar las probabilidades de crear una *startup* con éxito). A través de (asesorías) en la planificación y gestión de destinos inteligentes que desemboquen procesos y servicios productivos, tecnológicos y comunitarios sostenibles que conlleven al desarrollo de las nuevas tendencias de prestación de servicios y consumo que darán forma al futuro partiendo de las potencialidades culturales, creativas de los territorios, de sus pobladores trasmitiendo sentido simbólico de un total de dos (2) municipios como son Santiago de Tolú y Coveñas. La Propuesta apunta hacia unos pilares fundamentales que permitirán convertir:

- Los clústeres en un “proyecto empresarial viable”, articulando todas las acciones propuestas en los Planes de Desarrollo Nacional (innovación y competitividad), departamental (Sucre procesos étnicos y generación de ingresos) y municipal de los municipios de (Santiago de Tolú Coveñas). Apoyados en la política pública para potenciar el papel de la cultura en los procesos de desarrollo del país lo constituye el Conpes 3659 de 2010, que formuló acciones claras y concretas, de carácter nacional, para fortalecer y promover las industrias culturales en Colombia, trabajando de la mano con entidades como y se requiere de la participación y el compromiso de instituciones públicas y privadas, como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Comfandi, La Mesa Nacional de Emprendimiento, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), Pro-Export, Bancóldex, Colciencias, las cámaras de comercio, las cajas de compensación y las universidades, entre otros actores
- Impulsar la confianza y el espíritu del emprendedor solidario naranja atendiendo y la vocación cultural y creatividad socio económica de los territorios planteados un total de dos (2) Santiago de Tolú y Coveñas a través de un portal innovador, puesta a disposición de los emprendedores sociales como una alternativa sostenible del segundo Sector económico generador de empleo y divisas como es el etno-ecoturismo y los Smart office (oficinas inteligentes virtuales)
- Fomentar la legalidad, la mejora de las economías regionales a través de la difusión de los recursos atractivos etno-ecoturísticos de los municipios pilotos mediante el respeto por las tradiciones e identidades culturales, de experiencias rural y a las iniciativas de trabajo solidario que garanticen la sostenibilidad de los emprendimientos naranjas, la generación de empleos estables y el mejoramiento del nivel de ingresos de la población intervenida, mediante un portal digital Morrosquillo travels, apoyando en las redes sociales más utilizadas como Twitter, Facebook, YouTube, TripAdvisor entre otras, la mejora de usabilidad que permitan catapultar el modelo turístico inteligente on-line. Las plataformas tecnológicas, las redes sociales especialmente, por los dispositivos móviles, que han cambiado la forma en la que los turistas buscan información, realizan una reserva y comparten la experiencia de un viaje.

- En consecuencia, empresarialmente, hace falta el desarrollo del ente que pueda asumir el rol de mercadeo y la gestión de todos los procesos que exige la ley para habilitar las alternativas etno ecoturísticas como oferentes de servicio para la actividad turística, para ello es importante contar con licencia de operación y esto exige la formulación del Plan de Manejo Ambiental, matriz de riesgo y optimización desde todo punto de vista y la oferta turística. De otro lado no se cuenta con el personal adiestrado para garantizar una adecuada atención a los potenciales turísticos, incluso desde el punto de vista que armonice las soluciones humanas a través de habilidades para la vida, que articule de la mejor manera el potencial natural rico en fauna y flora, con las conductas y prácticas de la población, con la cultura.
- Se requieren de un proceso de acompañamiento empresarial para consolidarla en la oferta de paquetes turísticos, el logro de la certificación cumpliendo con todos los requisitos legales que los Ministerios de turismo y cultura exige. Como son las adecuaciones locativas, paisajística, los entornos naturales, gastronómico y cultural, religioso y artístico, que permitan asegurar la suficiente afluencia de turistas que convierta a esta actividad en fuente de empleo e ingreso y aporte al desarrollo económico, aprovechando la capacidad instalada de los territorios de Santiago de Tolú y Coveñas, la riqueza paisajística, fauna, flora cultura, arquitectura entre otros. De manera segura hacia los turistas.

### **3. Objetivos**

#### **3.1. Objetivo General**

Impulsar por medio de un portal Web 2.0 una herramienta tecnológica que fomente el Etno-ecoturismo naranja en los territorios del golfo de Morrosquillo (Santiago de Tolú y Coveñas) dinamizando el sector turismo bajo un modelo social solidario participativo.

#### **3.2. Objetivos Específicos**

- Efectuar un inventario patrimonial en los municipios de Santiago de Tolú y Coveñas en el que se pueda evidenciar su riqueza paisajística, zonas de manglares de palo blanco, el francés, la ciénaga de la leche, sus manifestaciones religiosas y arquitectura llena de mixturas y reminiscencias de aborígenes, negros esclavos, inmigrantes, riquezas gastronómicas y artesanales entre otras
- Organizar un Brochuré web como alternativa inteligente que permita satisfacer las necesidades de los grupos objetivos que visitan el golfo de Morrosquillo.
- Promocionar a través de las redes sociales el Brochuré que impulsen los territorios de Santiago de Tolú y Coveñas.

#### 4. Población



*Imagen 1. Mapa Golfo de Morrosquillo*

La Villa Santiago de Tolú es uno de los centros urbanos más antiguos de Colombia, el Municipio de Santiago de Tolú fue fundado el 25 de julio de 1.535 por el conquistador Alonso de Heredia, con el nombre de Villa Coronada Tres Veces de Santiago de Tolú. El Municipio de Santiago de Tolú se encuentra ubicado en la parte septentrional del golfo de Morrosquillo, hace

parte de la Subregión de la Llanura Costera Aluvial de Morrosquillo, y su ubicación está al noroeste del departamento de Sucre, localizándose entre las siguientes coordenadas: Latitud Norte: Desde los 09° 21' 00" hasta los 09° 40' 00" Longitud Oeste: Desde los 75° 26' 00" hasta los 75° 44' 10". La población proyectada por el DANE al año 2015, para el municipio de Santiago de Tolú es de 33.296 habitantes.

De esta población 16.579 son hombres (49,79%) y 16.717 son mujeres (50,21%). Así mismo, la población se encuentra en un alto número localizada en la zona urbana, alrededor de 27.290 habitantes (81,96%) y en la zona rural aproximadamente 6.006 habitantes (18,04%).<sup>3</sup>

Coveñas, durante la mayor parte de su historia se encontró ligada a Santiago de Tolú, del cual fue corregimiento hasta el momento de la expedición del Decreto 00063 de 2.002 y este Municipio padre (Santiago de Tolú) El 30 de junio de 1998 la Asamblea Comunitaria de Coveñas – ACODECO, solicitó al Gobernador del Departamento de Sucre, peticionar a la Honorable Asamblea Departamental de Sucre, que emitiera concepto de conveniencia sobre la convocatoria de una consulta popular para la creación del municipio de Coveñas, (Sucre). La Secretaría de Planeación Departamental, de conformidad con la Ley 136 de 1994, se permitió conceptuar favorablemente sobre la creación del municipio de Coveñas el 26 de noviembre de 1999, Coveñas, situado en el Golfo de Morrosquillo, y a solo 30 minutos de Sincelejo, la Capital del Departamento de Sucre, es uno de los municipios con más atractivos turísticos en la Costa Atlántica.

El casco urbano está conformado por: San José Zona Petrolera Base Naval Antiguo Campamento Guayabal Coquerita Primera Ensenada Isla Gallinazo La zona rural está integrado por los corregimientos de: Cabecera: Caserío Punta Seca, Parcelas de Algarrobo, Caserío La Represa, Torrente Usuarios Etapa I El Reparó: Caserío Bellavista, Caserío El Mamey, Vereda Torrente Indígena, Vereda Torrente Usuarios Etapa II (Comprende la zona ubicada al sur de entre la vía El Reparó – La mayoría y Torrente Indígena), Zona de Asentamiento Indígena Etnia Zenú: La Ley 70. Según el DANE, sólo un 23% de la población se reconoce como indígena y un 28% como afrocolombiano, lo cual las deja como minorías. La población joven (14 -26 años) en el

---

<sup>3.N</sup> DE DESARROLLO 2016 -2019. EL PLAN DE TODOS POR EL CAMBIO. SANTIAGO DE TOLU  
5. PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2016 – 2019 “POR LA COVEÑAS QUE QUEREMOS, DESARROLLADA Y EN PAZ”

Municipio de Coveñas-Sucre representa cerca del 25.2% de la población total del Municipio de Coveñas cuenta con una Población total de 13.300 habitantes de los cuales el 44.8% de los cuales el 54,5% mujeres y el 45,5% hombres. El sector turístico del Municipio de Coveñas actualmente presenta factores nocivos que incurren en el desarrollo sostenible con insuficiente cumplimiento de los estándares que permitan que el municipio se convierta en un destino de clase mundial en el corto plazo.<sup>4</sup>

Teniendo en cuenta lo descrito anteriormente, Convocatoria, Selección de grupos asociativos ya existentes y los ciudadanos del común que aún no se han agremiado en Esal (entidades sin ánimo de lucro).

- **Información del proyecto a población objetivo e instituciones públicas y privadas:** Se informa la estrategia, a la población objetivo, dando a conocer las ventajas y lo novedoso de la misma. De igual forma motivar la participación en el proyecto.
- **Campaña de expectativa:** Esta se realiza para ir estimulando la curiosidad y generar la expectativa de manera clara, precisa e innovadora con el fin de atraer a la población objeto.
- **Convocatoria dirigida a la focalización de grupos por vocación:** Este proceso se realiza para consolidar los 10 grupos asociativos compuestos quienes por vocación se agruparán y pasarán a dar cumplimiento a los siguientes pasos:
  - Caracterización de grupos de intereses.
  - Conformación de grupos a capacitar.
  - Definición de Cronograma de trabajo.
- **Implementación de espacios propositivos:** Son las sesiones de trabajo, reuniones o encuentro con los interesados e interesadas a partir de los cuales, se realizarán las siguientes actividades:
  - Mapeo de realidades.

---

<sup>4</sup> PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2016 – 2019 “POR LA COVEÑAS QUE QUEREMOS, DESARROLLADA Y EN PAZ”

- Construcción de árbol de riesgos de cada comunidad.
  - Construcción de árbol de soluciones.
  - Elección de las mejores alternativas.
  - Formulación de la iniciativa de acción y gestión de recursos.
- **Contratación e inducción del Equipo de trabajo:** Es el proceso por el que se convoca, selecciona, contrata e induce a los profesionales del equipo de trabajo, quienes realizarán acercamiento preliminar en la población y elaborarán un mapeo para la identificación de recursos y potencialidades.

*Tabla 2.*

Población objetivo

Departamento	Municipios	Comunidades	Número de negocios emprendidos/ fortalecidos
SUCRE	Coveñas, Santiago de Tolú	Aborígenes, productoras de panelitas, guías turísticos, hoteleros, lancheros, carperos, gastrónomos, entidades religiosas, sociedad de arquitectos, artesanos, pintores grupos de intereses meta creaciones Clúster	Diez (10) dos por comunidad

Según Cámara de comercio de Sincelejo 122 Establecimientos desarrollando el objeto social de alojamiento en Hoteles, aparta hoteles y centros vacacionales, 62 ubicados en el municipio de Tolú y 60 en el municipio de Coveñas. Del total de la población el 27% corresponde a hospedajes, hostales, cabañas y centros vacacionales y el 73% a hoteles En cuanto al ejercicio de la actividad de restaurantes se encuentran inscritos 111 establecimientos de los cuales 58 están

ubicados en el municipio de Coveñas y 53 en el Municipio de Tolú. El resto de atractivos operan en 90% de en la informalidad

## **5. Marco Conceptual Y Teórico**

El turismo como actividad económica en Santiago de Tolú y Coveñas no ha alcanzado un grado de aprovechamiento que le permita contribuir con el desarrollo del departamento, como una de las principales fuentes de generación de recursos ante esta situación se pretende la formulación de una idea de marketing digital encaminado a promocionar lugares de interés que hay en la región a turistas que no conocen la majestuosidad de la zona promoviendo el desarrollo del etno-eco turismo sustentable.

La organización de turismo sustentable, menciona que el turismo sustentable son todas actividades turísticas que se relacionan con el medio natural, cultural, social, y con la identidad de las comunidades. Se trata de disfrutar de un intercambio de experiencias positivas entre residentes y visitantes, en donde la relación debe ser equitativa, los beneficios de esta actividad deben ser compartidos con la comunidad, asimismo los visitantes tendrán la oportunidad de participar y tener una experiencia de viaje inolvidable en la cual el visitante convive con la naturaleza, la cultura y genera los valores agregados cruciales para el éxito del rubro futuro.

Con la implementación de una transformación digital a través del portal Morrosquillo travels innovador, se mostrará un modelo de negocio inteligente, promocionando lugares etno-eco turístico en los municipios de Santiago de Tolú y Coveñas de igual modo fomentar el desarrollo del sector. Las posibilidades que brindara el portal digital a los diferentes clientes cibernautas serian acceder a los tarifarios de los más variados eco-productos y servicios, efectuando pagos a través de paquetes turísticos que se articularan al modelo del país que tenemos generando beneficios económicos, sociales y ambientales que incidan en la protección y apropiación de la biodiversidad armónica del Golfo.

La obtención todo tipo de datos, la transformación de estos nos darán un sinnúmero de posibilidades que se pueden ofrecer a través de una sencilla campaña digital, que podrá ser consultada por los consumidores de forma online, desde cualquier parte del mundo y en cualquier momento, y con ellos nuevo modelo de negocios que busca anticipar el futuro a través de una estrategias etno-ecoturística que permitirán el desarrollo empresarial en tiempos reales

Por ello, es fundamental que el área de la industria turística logre modernizar sus herramientas, aprovechando la penetración del mundo online, con el fin de utilizar el portal digital para ofrecer a los consumidores las ofertas del mercado, a través de la planificación y puesta en marcha de páginas web adecuadas, presencia en las redes sociales, notificaciones por e-mailing y suscripción RSE, entre otros.

El notable avance que ha tenido la tecnología y las herramientas digitales en los últimos años, ha provocado que diversas áreas del mercado actual se vuelquen a las herramientas que acercan este tipo de plataformas, con el fin de lograr mayor interés en el consumidor y brindando ofertas acordes a las necesidades contemporáneas. En este sentido, el marketing tomaremos decisiones que permitan la optimización del portal digital aplicado al etno-eco turismo es una de las tendencias más destacadas de la última década.

Para ello la metodología implementada permitirá definir un modelo negocio orientado así

- Análisis del segmento de clientes
- Estudio de problemas mostrando el valor agregado
- Solución atendiendo a las características del producto y servicio
- Canales que guíen hacia el cliente
- Modelo de negocio inteligente se minimicen los costos y se maximicen las ganancias
- Matriz de medición clave
- Potenciar la ventaja competitiva

A través de Estrategia de intervención basada en instalación de capacidades y la responsabilidad colectiva y el desarrollo de capacidades propician el empoderamiento de los procesos por parte de los agentes sociales, haciendo más sostenible y pertinente en el mejoramiento

de la calidad de vida de las personas” (PNUD, 2008). De acuerdo con PNUD (2008, pp. 5-6) esta concepción integral del desarrollo comprende una intervención en tres niveles de capacidades:

### **5.1. Entorno favorable, nivel organizacional y nivel individual.**

- Entorno favorable: referido al contexto en el cual las personas y las organizaciones realizan sus funciones y que, en consecuencia, facilita o dificulta su desempeño.
- Nivel organizacional: Apunta al desarrollo de capacidades en el orden de las políticas, procedimientos, acuerdos y los marcos internos que hacen posible el funcionamiento y cumplimiento de responsabilidades en las organizaciones.
- Nivel Individual: Comprende las que se relacionan con las competencias, experiencia y conocimientos de cada persona; son estas capacidades las que determinan el desempeño y comportamiento en el hogar, en el trabajo o en el ámbito social. Este tipo de capacidades tienen varias fuentes: la capacitación y educación formal, el aprendizaje práctico y la experiencia adquirida.
- La estrategia contempla tres ejes estratégicos, sin embargo, para el desarrollo de las acciones de la presente propuesta se tendrán en cuenta dos, así:

### **5.2. Componente estratégico 1: Inclusión etno ecoturística hacia la productividad**

- A través de una matriz se conseguirá elaborar un diagnóstico empresarial, nos permitirá conocer la situación real de incidencia directa de su desarrollo. Se parte luego elaboración de plan de negocios que arroje una evaluación y proyección asertiva e igualmente empoderamiento y capacitación empresarial, asesorías específicas y puntuales que definan una cultura de legalidad en las organizaciones beneficiarias, enriqueciendo además los pre saberes a través de intercambios de experiencia. Se propone a los nativos de bajos ingresos la oportunidad de generarlos a través de la asociatividad quien adema mejora la competitividad y la cooperación amplia la experticia empresarial el objetivo se lograra

través de la formación, legalización empresarial de grupos asociativos y ampliar las oportunidades de recibir adecuadamente a un turista, vender la cultura el arte, entre otros y con ello la reactivación legal de las economías locales de los municipios en mención.

Tabla 3.

Marco Lógico

Componente 1	Actividades	Sub-actividades
Incorporación en destrezas empresariales etno-ecoturística, hacia la productividad y desarrollo	Información del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Convocatoria.</li> <li>• Transmisión del proyecto a las comunidades.</li> <li>• Socialización del proyecto a las autoridades locales.</li> </ul>
	Mapeo de actores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación de los actores presentes en el territorio.</li> <li>• Reunión de identificación de la oferta servicios SENA y articulación y/o establecimiento de alianzas para el desarrollo del proceso formativo.</li> </ul>
	Caracterización de la población e identificación de habilidades y competencias para el emprendimiento naranja.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño y aplicación de instrumento para identificar y caracterizar a la población objeto del proyecto, en términos de la disponibilidad, con fines productivos, para la generación de ingresos.</li> <li>• Aplicación de instrumento SENA para identificar habilidades y competencias en los y las participantes para el emprendimiento.</li> <li>• Levantamiento de base de datos de los participantes.</li> </ul>
	Formación en pre saberes y gestión empresarial	<p><b>Eco- etno emprendimientos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Taller de economía solidaria y beneficios</li> <li>• Taller de emprendimiento empresarial e ideas de negocios.</li> <li>• Taller sobre cómo elaborar plan de negocios e interpretar plan de inversión.</li> <li>• Taller de mercadeo. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qué es un mercado, Segmentación del mercado</li> </ul> </li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- La Competencia, Canales de distribución y/o comercialización de los productos. Modelos electrónicos e commerce, manejo de redes sociales</li> <li>• Taller de contabilidad.</li> <li>• Taller de costos.</li> <li>• Taller de indicadores de rentabilidad</li> </ul> <hr/> <p><b>Eco-etno fortalecimiento de negocios.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico de la unidad productiva/empresarial.</li> <li>• Elaboración del plan de acción para mejorar y/o fortalecer los problemas de tipo técnico, administrativo o financieros encontrados en la unidad productiva/empresarial.</li> <li>• Estructuración de plan de inversión.</li> <li>• Taller de mercadeo. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qué es un mercado, Segmentación del mercado</li> <li>- La Competencia, Canales de distribución y/o comercialización de los productos.</li> </ul> </li> <li>• Taller de contabilidad.</li> <li>• Taller de costos.</li> <li>• Taller de indicadores de rentabilidad</li> </ul>
	Organización y cohesión de grupos asociativos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se organizarán grupos conformados máximo por 15 personas, teniendo en cuenta el resultado del instrumento SENA, aplicado para conocer las habilidades y competencias de los participantes para emprender un negocio y/o la experiencia o actividad económica que éstos desarrollen.</li> </ul>
	Formación técnica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanto para el etno eco emprendimiento como para las unidades productivas/ empresariales ya establecidas, se gestionará y realizará capacitación técnica de acuerdo a su vocación económica desarrollada o emprendida.</li> </ul>

	Asesoría y acompañamiento al establecimiento de aliado comercial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se brindará asesoría y acompañamiento a los grupos atendidos durante el proceso de gestión a los aliados comerciales y el establecimiento de acuerdo entre las partes, con el fin de garantizar el mercado y el servicio para los productos a ofertar</li> </ul>
	Creación de grupos asociativos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoría para la elección de junta directiva</li> <li>• Taller para la elaboración de estatutos.</li> <li>• Asesoría para el registro en Cámara de Comercio y DIAN.</li> <li>• Apertura de cuenta bancaria.</li> <li>• Asignación de roles</li> <li>• Derechos y deberes</li> </ul>
	Asesorar en la puesta en marcha y funcionamiento de emprendimientos solidarios.	<p>Dependiendo del tipo de actividad realizada por cada grupo, se llevarán a cabo asesorías para el montaje y funcionamiento de los emprendimientos, así:</p> <p><b>Línea etno naturaleza :</b> Se promoverá los negocios sostenibles, basada en la implementación de reservas como potencial de biodiversidad aplicando para ello, los criterios definidos por el Ministerio del Medio Ambiente; articulando su implementación con las Corporaciones Autónomas Regionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación y asesoría técnica para los emprendimiento enrutadas en la percepción y valoración de recursos paisajísticos</li> <li>• Implementación de sistemas de reforestación.</li> <li>• Asignación de roles de acuerdo a las competencias y habilidades de cada miembro del grupo (áreas naturales protegidas, productivos, administrativos, comerciales y financieros).</li> </ul> <p><b>Línea sostenible.</b></p>

		<p><b>En las áreas culturales, paisajísticas, gastronómicas, religiosas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoría y en plan de compras acompañamiento a la obtención de herramientas para el desarrollo de la competencia</li> <li>• Identificar de manera asertiva los insumos y bienes</li> <li>• Mejoramiento o acondicionamiento de la infraestructura.</li> <li>• Distribución de equipos en las diferentes áreas a fortalecer u emprender de los de producción y prestación de servicios</li> <li>• Manejo de equipos y tecnología</li> <li>• Buenas prácticas de manipulación de maquinarias y equipos</li> <li>• Control de los proceso de producción, servicio y portal web</li> <li>• Almacenamiento y distribución de servicios y productos</li> <li>• Asignación de roles de acuerdo a las competencias y habilidades de cada miembro del grupo (productivos, administrativos, comerciales, tecnológico y financieros).</li> </ul> <p><b>Línea de servicios</b></p> <p>Con relación a servicios, se pueden encontrar condiciones, para emprender, negocios de gastronomía ancestral, dulce típicos entre otros.</p> <p>En esta línea las asesorías se brindarán teniendo en cuenta el tipo de servicios que se va a prestar, incluidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento al cumplimiento del plan de inversión.</li> <li>• Localización del establecimiento. Distribución de muebles y equipos. Manejo de equipos y utensilios. establecimiento. Diseños de platos (restaurantes y s). Diseño de carta (restaurantes)</li> </ul>
--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de platos (restaurantes y dulces típicos )</li> <li>• Control de plagas y roedores.</li> <li>• Asignación de roles de acuerdo a las competencias y habilidades de cada miembro del grupo (administrativos, comerciales y financieros).</li> <li>• Aplicación de normas vigentes para el manejo e inocuidad de los alimentos.</li> </ul> <p><b>Turismo de cultural (etno eco Ecoturismo)</b></p> <p>Busca captar recursos para la conservación y protección del medio ambiente y la cultura local; para lo cual se plantean las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Articulación con la oficina de turismo local.</li> <li>• Contacto con grupos étnicos.</li> <li>• Identificación de las potencialidades culturales,</li> <li>• Inventario patrimonial</li> <li>• Narración histórica.</li> <li>• Promoción del respeto a la cultura local étnica</li> <li>• Talleres de identificación y rescate de saberes y sabores ancestrales</li> <li>• Recuperación religiosa (narración y participación)</li> </ul> <p><b>Oferta a ciber turistas y visitantes locales, regionales e internacionales.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recorridos paisajísticos y por sitios de mayor concentración de fauna, flora</li> <li>• Visita a ciénagas de la leche, ojos de agua, iglesias, centro de memoria de histórica,</li> <li>• Practica vivencial de la gastronomía.</li> </ul>
--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• De manera complementaria se lleva a cabo muestras cl (Música, danzas, eventos tradicionales, etc.).</li> </ul>
	Promoción del cuidado del medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talleres de hábitos y costumbres que permitan empoderarlos de (reciclaje, cuidado de ciénagas, senderos y demás cuerpos de agua, etc.)</li> <li>• Taller sobre producción, comercialización y prestación de servicios más limpios de acuerdo a la vocación económica que incluye el uso racional del agua y la energía, la reducción en el uso del papel y de materias primas tóxicas (toxicidad y cantidad), en emisiones y residuos que generen afectación al entorno.</li> <li>• Asesoría para el establecimiento de criterios mínimos para el emprendimiento de “negocios naranjas”.</li> </ul>
<b>Fortalecimiento institucional y de organizaciones comunitarias</b>	Fortalecimiento del capital social direccionado al liderazgo comunitario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información a todos los grupos de intereses</li> <li>• Taller de abordaje de la pobreza a través de mecanismos de que incidan hacia el liderazgo participativo.</li> <li>• Potenciación de líderes y lideresas que generan cambio social</li> <li>• Niveles de transformación a través de las mesas de participación.</li> </ul>
<b>Manejo innovación y tecnología</b>	Adelantos Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de app</li> <li>• Manejos de plataformas</li> <li>• De usos Tecnológicos</li> <li>• Manager Community</li> </ul>
<b>Formación Bilingüe</b>	Ingles Portugués Francés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Al menos de un 10% de los asociados asociadas</li> </ul>

**5.3. Componente 2. Orientado al clúster para el fortalecimiento inter institucional Comercialización, innovación y competitividad.**

- Desde esta alternativa se propone el empoderamiento y la dinamización empresarial a través del relacionamiento con grupos intereses como entidades públicas y privadas presentes en los territorios pilotos a través de la gestión que permitan incrementar el impacto de la propuesta etno ecoturística.
- Actividades estratégicas a realizar. Habilidades empresariales que garanticen oferta de servicios etno eco-turísticas que contribuyan con la generación de empleo e ingresos a la población.

*Tabla 4.*

Fase 2: fortalecimiento de eco emprendimiento

<b>Componente 2</b>	<b>Actividades</b>	<b>Sub-actividades</b>
Orientado al clúster para el fortalecimiento inter institucional Comercialización, innovación y competitividad.	Planeación estratégica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de la Plataforma estratégica</li> <li>• Estructura jerárquica</li> </ul>
Asesorías y acompañamientos	Asesorías administrativa, contable y tributaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se continúa con el montaje y funcionamiento de etno eco emprendimientos asociativos.</li> </ul> <p>Asesoría específicas contable.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soportes contables</li> <li>• Manejo de cuentas (Caja, bancos, cuentas por cobrar y por pagar, gastos, etc.)</li> <li>• Presentación y elaboración de estados financieros.</li> <li>• Liquidación y manejo de nómina</li> </ul>



	Asesorías culturales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño y manejo de formatos para el control de inventario y pedidos.</li>   <li>• Control de inventarios</li> <li>• Recuperación de las memorias históricas, manejo ancestral tradiciones culturales arquitectónicas</li> </ul>
	Plan de Mercadeo u marketing	<p>De acuerdo al tipo de negocio se asesorará la implementará un plan de marketing que contempla como mínimo lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición y posicionamiento de marca.</li> <li>- Diseño de logo.</li> <li>- Diseño de productos y servicios.</li> <li>- Políticas de precios.</li> <li>- Utilización del Marketing online o de redes sociales para la promoción de productos y servicios.</li> <li>- Diseño de Menús</li> <li>- Diseño de Brochuré.</li> <li>- Blog</li> <li>- Fan-page</li> <li>- Instagram</li> <li>- Portal web</li> <li>- Diseño de Tarjetas de presentación.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración y manejo de planes de compras</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proveedores</li> <li>- Precios de compra</li> <li>- Calidad de productos, materias primas e insumos.</li> <li>- Atención al cliente</li> <li>- Habilidades duras, blandas</li> <li>- Importancia de las tendencias actuales en atención al cliente.</li> </ul>
	Plan de comunicación y visibilización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notas de prensa y radio.</li> <li>• Evidencias fotográficas.</li> <li>• Video del proceso desarrollado.</li> <li>• Montaje en redes sociales de las experiencias significativas.</li> <li>• Diseño de camisetas y gorras para las organizaciones.</li> <li>• Presentación y asistencia a eventos.</li> </ul>
	Gestión de recursos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación y socialización de convocatorias nacionales e internacionales para su potencialización</li> <li>• Asesoría y acompañamiento en la formulación del proyectos del orden local nacional e internacional</li> <li>• Asesoría para la socialización, presentación y sustentación del proyecto.</li> <li>• Seguimiento al estado del proyecto y acompañamiento durante el desembolso e inversión de los recursos.</li> </ul>
	Intercambio de experiencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizarán intercambios de experiencias, entre los grupos atendidos</li> </ul>

		<p>y empresas del mismo sector económico presentes en el territorio colombiano, para motivar a los participantes y fortalecer sus conocimientos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se participará en las ferias y ruedas de negocios locales, departamentales, nacionales y exposiciones on line.</li> </ul>
	Promoción del cuidado del medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoría y acompañamiento a los negocios apoyados en la aplicación de normas y acciones de cuidado y protección del medio ambiente.</li> </ul>
<b>Gestión de certificación</b>	Dos destinos (2) en proceso de certificación como destino Etno - turístico.	Empresas brindando servicios etno ecoturísticos certificadas.
Formulación de PMA		
Definir Mapa de Riesgo		
Gestión ante el Ministerio		
<b>Adecuaciones</b>	Dos destinos (2) adecuados con entorno aptos para la oferta del etno ecoturismo.	Sitios culturales, religiosos, gastronómicos, artísticos arquitectónicos en óptimas condiciones para vender ser visitados por los turistas locales, departamentales nacionales e internacionales amantes de etno ecoturismo naranja
Mejoramiento o apertura de senderos,		
Embellecimientos paisajísticos,		
Diagnóstico locativo		
Adecuación y mejoramiento arquitectónico,		

gastronómico, artístico		
<b>Marketing</b>		
Definición de paquete turístico Estrategia: “Morrosquillo Travels” Web: Facebook, Instagram Publicidad en redes, etc.	Una empresa dotadas de paquetes turísticos a través de un portal web	Empresa turística posicionada en el mercado en la prestación de servicios etno eco turístico
Dinamización social	Habilidades, liderazgo interinstitucional	Personas empoderadas y aplicando la cohesión grupal en las actividades etno ecoturísticas
Habilidades Psico- organizacionales y responsabilidad social empresarial, expresiones culturales	Capacitar a los integrantes de la asociaciones en eco- agro turística en Habilidades Psico- organizacionales, RSE, la transmisión de saberes autóctonos de la	Grupos de personas capacitadas en Habilidades Psico-organizacionales, históricas y aplicando en actividades propias de la actividad etno ecoturística.

#### **5.4. Seguimiento y sostenibilidad de unidades etno ecoturísticas en los municipios de Coveñas y Santiago de tolú**

Concluidas los componentes 1 y 2, el trabajo se centrará en mejorar situaciones de tipo administrativo, productivo y comercial a través de seguimientos y asesorías puntuales. Diseñándose planes de acción que se constituirá en la carta de navegación de los miembros de las

asociaciones para el manejo del negocio etno ecoturístico, entendiendo que a lo largo de todo el proceso de intervención se trabajó en el empoderamiento, de tal manera que puedan administrar éstos adecuadamente, garantizando con ello su sostenibilidad.

Tabla 5.

Fase 2: fortalecimiento de etno eco emprendimiento

Componente 3	Actividades	Sub-actividades
Sostenibilidad de organizaciones solidarias y justas etno ecoturísticas en los municipios de Coveñas y Santiago de tolú	Asesorías, seguimientos y acompañamientos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión de registros contables y realización de asesorías para su manejo adecuado.</li> <li>• Renovación actualización del registro en Cámara de Comercio</li> <li>• Revisión de la prestación de servicios productivos y asesorías para la mejora en el mismo.</li> <li>• Mercados On line.</li> <li>• Rutas de 4p</li> <li>• Diseño de Brochuré para visibilizar nuevos productos y servicios</li> <li>• Atención al cliente on line y presencial Mejora en la calidad y presentación de servicios y productos</li> <li>• Uso de nuevas tecnologías para mejorar la prestación de servicios y procesos productivos a través de una app</li> <li>• Gestión de recursos económicos en especie (Convocatorias para emprendedores, empresas presentes en el territorio, créditos en la banca y a través de fondos concursables nacionales e internacionales)</li> <li>• Participación en ferias y ruedas de negocios.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento a las políticas de cuidado y protección del medio ambiente en las unidades emprendidas, especialmente en “negocios naranjas.</li> </ul>
--	--	--

## 6. Metodología

La metodología a usar durante el proceso de intervención, es participativa, de sujeto a sujeto, didáctica, práctica, constructivista, interactiva, en la cual se permite el estudio de casos y acciones dinámicas, que conllevan al empoderamiento y la instalación de capacidades en los y las participantes, esta metodología es posible gracias a los espacios de reuniones, los cuales son llamados Encuentros vivenciales.

- El equipo de trabajo: 1 estudiante de la escuela ECACEN, de Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo, quien se encargará de hacer una investigación de las alternativas que ofrece el etno-eco turismo como tendencia de negocios sostenible, referenciada mediante memorias descriptivas que se inician a través de la recolección de datos cuantitativos como cualitativos en un lapsus no inferior a 30 días del patrimonio cultural, histórico, sociológico, que nos guíen a identificar un equilibrio entre los resultados obtenidos y la viabilidad entre el mercado y los etno-eco emprendimientos como alternativa de negocio.
- **Tipo exploratoria.** Se pretenden evaluar el uso de un portal para la prestación del servicio etno-ecoturístico a los usuarios del golfo de Morrosquillo, específicamente Santiago de Tolú y Coveñas así mismo determinar las ventajas y desventajas del uso de este portal que atienda las necesidades y deseos del mercado objetivo. (Como la determinación de desventajas es ex ante, debe anotarlo, pues estas pueden variar en un ex post).
- **¿Qué se pretende medir y cómo?** La factibilidad al implementar el etno-eco

emprendimiento naranja apoyados en un portal digital como alternativa sostenible y con ello fortalecer el segundo sector económico generador de empleos en el territorio como es etno- ecoturismo. A través de la información primaria como es la observación y fuentes secundarias como referentes bibliográficos, artículos científicos e investigaciones similares hechas en otros lugares, para luego analizar los factores controlables e incontrolables del etno eco emprendimiento como alternativa de negocios

- **¿Cuál es la fuente de los datos que se recopilaran?** Se utilizarán instrumentos de recolección de datos como las encuestas, entrevistas, y observación participante, todo esto de acuerdo a cada objetivo planteado en nuestro trabajo de investigación. Se realizarán 40 encuestas, 15 entrevistas (definida como una conversación entre dos personas) y un diario de campo los cuales ayudaron a complementar la información obtenida en el marco teórico, dando así paso a la creación de diferentes consideraciones y perspectivas que dieron forma a la presente investigación descriptiva y la obtención de información básica, general, para elaborar un plan de acción donde se visionará el desarrollo de las actividades, identificación de actores estratégicos que nos permitan conocer los costos de operación y el costo beneficio de uso de herramientas virtuales más usadas con frecuencia por nuestros mercado objetivo que se mantiene híper conectado.
- **¿Cómo deben interrogarse a las personas?** Generar un ambiente agradable donde el investigador y el objeto de estudio se sientan cómodos, siendo claros concisos, del tema de estudio, evitar la confusión a la hora de obtener la información, es importante contar con la aprobación del entrevistado para obtener información fidedigna.
- **¿Debe administrarse los cuestionarios en persona, por teléfono o mediante e-mailing?** Las acciones encaminadas se llevarán a cabo vía email, y personas a persona en el golfo de Morrosquillo (hoteleros, turistas, agencias de viajes, empresarios, entes gubernamentales) Stakeholders y conocer las tendencias, exigencias y adaptarlas al servicio y los productos a ofertar como es el etno ecoturismo como oportunidad de negocio
- **Multimedia:** Considerada como otra herramienta de gran importancia para el logro de

investigación que apunta hacia un trabajo de grado.

- **El método descriptivo - memorias: según** Schutler, el usado en investigaciones cuyo objetivo es describir el comportamiento o estado de un número de variables y el más usado en investigaciones turísticas con área de interés determinada (portal) Según Samperio R., Collado C. y Lucio P. definen “los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos.



Puesta en marcha del portal digital web intuitivo con todos sus (Steakholders) que permita lograr la satisfacción de los clientes y el desarrollo del territorio.											
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

## 8. Indicadores y Metas

9. METAS	10. INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 comunidades informadas sobre el desarrollo del proyecto.</li> <li>• 150 personas capacitadas en economía solidaria</li> <li>• 150 personas capacitadas en emprendimiento e ideas de negocios</li> <li>• 150 personas capacitadas en plan de negocios y plan de inversión.</li> <li>• 150 personas capacitadas en mercadeo.</li> <li>• 150 personas capacitadas en contabilidad.</li> <li>• 150 personas capacitadas en costos.</li> <li>• 150 personas capacitadas en emprendimiento de negocios verdes.</li> <li>• 150 personas formadas técnicamente en la línea económica desarrollada o emprendida.</li> <li>• 150 personas asesoradas durante el proceso de gestión del aliado comercial y el establecimiento de acuerdo entre las partes, con el fin de garantizar el mercado para los productos.</li> <li>• 10 grupos asesorados para la elección de las juntas directiva de sus asociaciones.</li> <li>• 150 personas capacitadas en elaboración de estatutos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizados 5 talleres de socialización del proyecto.</li> <li>• Desarrollados 5 talleres de economía solidaria</li> <li>• Desarrollados 5 talleres de emprendimiento e ideas de negocios.</li> <li>• Desarrollados 10 talleres de plan de negocios y plan de inversión.</li> <li>• Desarrollados 5 talleres de mercadeo y marketing.</li> <li>• Desarrollados 5 talleres de contabilidad.</li> <li>• Desarrollados 5 talleres de costos.</li> <li>• Desarrollados 5 talleres sobre emprendimiento de negocios verdes.</li> <li>• Desarrolladas 10 formaciones técnicas en las líneas económicas desarrolladas o emprendidas.</li> <li>• Establecidos 10 acuerdos comerciales.</li> <li>• Conformadas las de juntas directivas de las asociaciones</li> <li>• Realizados 10 talleres para la elaboración de estatutos.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 10 grupos asesorados para el registro de estatutos en Cámara de Comercio y DIAN.</li> <li>• 10 grupos asesorados para apertura la cuenta bancaria.</li> <li>• 10 grupos asesorados empresarial y técnicamente para el montaje y funcionamiento de los emprendimientos.</li> <li>• 150 personas reciben el taller de educación ambiental.</li> <li>• 150 personas capacitadas sobre producción, comercialización y prestación de servicios limpios.</li> <li>• 150 personas asesoradas sobre el manejo de “negocios verdes”.</li> <li>• Líderes y lideresas de 5 comunidades capacitados sobre mecanismos de participación y oferta institucional.</li> <li>• Líderes y lideresas de 5 comunidades capacitados para desarrollar diagnósticos participativos.</li> <li>• Líderes y lideresas de 5 comunidades capacitados a través de las mesas de participación.</li> <li>• Líderes y lideresas de 5 comunidades capacitados a través del manejo e redes sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registrados los estatutos de 10 asociaciones en Cámara de Comercio y DIAN.</li> <li>• Apertura das las cuentas bancarias de las asociaciones.</li> <li>• Emprendidos y en funcionamiento 10 unidades de negocios. inteligentes</li> <li>• Realizados 5 talleres de educación ambiental.</li> <li>• Desarrollados 5 talleres sobre producción, comercialización y prestación de servicios limpios.</li> <li>• 10 asesorías sobre el manejo de negocios verdes.</li> <li>• Realizados 5 talleres sobre mecanismos de participación y oferta institucional.</li> <li>• Desarrollados 5 talleres sobre diagnóstico participativo.</li> <li>• Realizadas 1 mesas de participación comunitaria.</li> <li>• Reconstrucción de las memorias históricas</li> <li>• Manejo de plataformas app</li> </ul>
--	---

**a. Indicadores de Impacto**

Se expresarán por medio de acciones de formación que permitirían la medición y comparación de los parámetros establecidos y los realmente impactado durante el programa por medio de cortes evaluativos trimestrales (3 Meses).

Por medio de este indicador se medirá la formación y se buscará garantizar la solidez y confiabilidad requerida para el éxito real de la puesta en marcha.

**b. Indicadores Cuantitativos**

Por medio de una medición estandarizada de forma trimestral se harán un seguimiento en números y porcentajes que arrojaran como resultado una matriz trimestral y una matriz macro al final del proyecto, en la que se podrá analizar y comparar los picos y descensos de impacto.

*Tabla 6.*

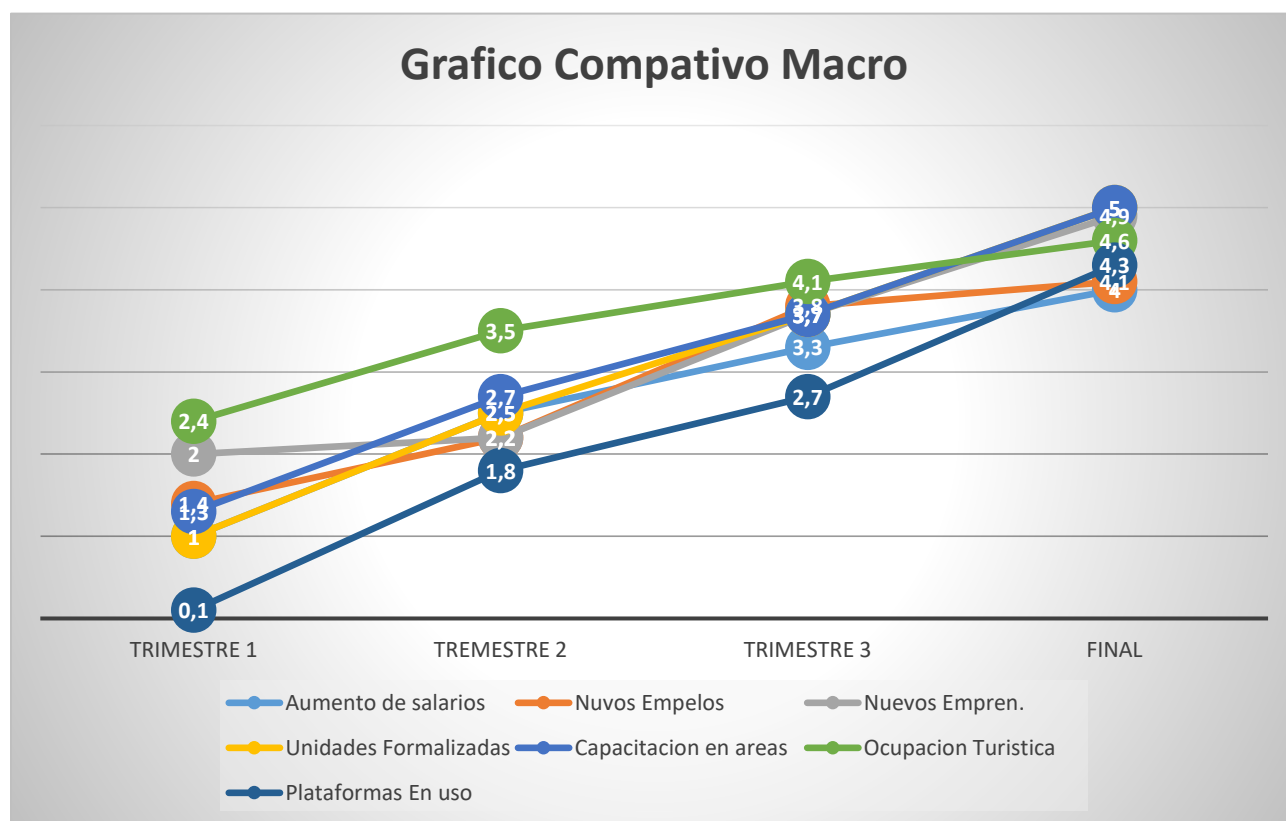
Matriz Trimestral.

<b>Indicador</b>	<b>Medición</b>
Aumento de Salarios	Porcentaje (%)
Creación de nuevos empleos	Número de empleos creados
Nuevos Emprendimientos	Numero de emprendimientos creados
Unidades productivas formalizadas	Número de unidades formalizadas
Capacitación en áreas específicas	Número de personas capacitadas
Ocupación Turística de temporadas	Porcentaje de ocupación turística
Plataformas APP En uso	Numero de plataformas en uso

Tabla 7.

Matriz Macro. Tabla # 7

	<b>INDICADOR</b>	<b>MEDICION</b>
<b>Trimestre 1</b>	Aumento de Salarios	Porcentaje (%)
	Creación de nuevos empleos	Número de empleos creados
	Nuevos Emprendimientos	Numero de emprendimientos creados
	Unidades productivas formalizadas	Número de unidades formalizadas
	Capacitación en áreas específicas	Número de personas capacitadas
	Ocupación Turística de temporadas	Porcentaje de ocupación turística
	Plataformas APP En uso	Numero de plataformas en uso
<b>Trimestre 2</b>	Aumento de Salarios	Porcentaje (%)
	Creación de nuevos empleos	Número de empleos creados
	Nuevos Emprendimientos	Numero de emprendimientos creados
	Unidades productivas formalizadas	Número de unidades formalizadas
	Capacitación en áreas específicas	Número de personas capacitadas
	Ocupación Turística de temporadas	Porcentaje de ocupación turística
	Plataformas APP En uso	Numero de plataformas en uso
<b>Trimestre 3</b>	Aumento de Salarios	Porcentaje (%)
	Creación de nuevos empleos	Número de empleos creados
	Nuevos Emprendimientos	Numero de emprendimientos creados
	Unidades productivas formalizadas	Número de unidades formalizadas
	Capacitación en áreas específicas	Número de personas capacitadas
	Ocupación Turística de temporadas	Porcentaje de ocupación turística
	Plataformas APP En uso	Numero de plataformas en uso
<b>FINAL</b>	Aumento de Salarios	Porcentaje (%)
	Creación de nuevos empleos	Número de empleos creados
	Nuevos Emprendimientos	Numero de emprendimientos creados
	Unidades productivas formalizadas	Número de unidades formalizadas
	Capacitación en áreas específicas	Número de personas capacitadas
	Ocupación Turística de temporadas	Porcentaje de ocupación turística
	Plataformas APP En uso	Numero de plataformas en uso



*Gráfica 1. Cuantitativo de Medición*

La interpretación de este grafico estará sujeta a los resultados arrojados durante la medición de indicadores y el será la forma más concreta de mostrar los diferentes puntos de impacto de la propuesta.

### c. **Indicadores Cualitativos**

Aunque existen Indicadores de impacto Cualitativos dentro del proyecto también se deben medir características incluyentes que son sumamente importante para puntualizar los criterios de éxito.

Por medio de un estudio de caso cualitativo aplicado en un formulario y un análisis contextual se buscará lograr cualificar criterios no cuantificables en números, pero si en impacto social, personal y comunitario. Esta se tomará en dos etapas, una introductoria al proyecto en la

que se visibilizaran diferentes aspectos del entorno del individuo y una al final del proyecto y se pondrá en contexto los entornos personales, sociales y comunitarios de los participantes antes y después del proceso aplicativo del proyecto.

*Tabla 8.*

Ficha Cualitativa de seguimiento Introdutoria.

Nombre y Apellido:		
Edad:	Sexo:	Localización.:
Describa como es su entorno Personal:		
Describa su Entorno Familiar:		
Describa su entorno Social:		
Que impresión Percibe del turista en cuanto a los Servicios prestados en el Sector en el golfo de Morrosquillo:		
Como describe el sector turístico en el golfo de Morrosquillo desde su actividad comercial:		
Describa su formación académica de acuerdo a su actividad comercial:		
Cuáles son las variables etno-Culturales más importantes que conoce de la región:		
Que piensa cuando ve la palabra “Ruta etno-Eco Turística Naranja”		
Cuáles son sus conocimientos acerca de Herramientas Tecnológicas aplicadas al sector turístico:		

**d. Comité de Seguimiento**

- **Comité interinstitucional:** Se realizarán reuniones bimensuales con los asesores y la representante de la entidad aliada.
- **Comité de seguimiento de indicadores:** Se realizarán Reuniones trimestrales con los asesores y representantes de la entidad aliada para informar y analizar el informe de seguimiento de indicadores y metas de cumplimiento trimestral y el indicador y meta final.
- **Comité de seguimiento y evaluación:** Se realizarán reuniones mensuales con los Líderes de y lideresas u representantes legales, con la finalidad de realizar seguimiento y evaluación de las actividades en el marco de la ejecución del proyecto.
- **Secretaría de los comités:** La secretaría de dichos comités será asumida por el Operador Delcy Benítez

e. **Recurso Necesario**

<b>RECURSO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRESUPUESTO</b>
<b>Equipo Humano</b>	1 Directora de proyectos	\$3.000.000
<b>Manejo de portal digital Morrosquillo</b>	1 Community Manager	\$1.000.000
<b>Montaje del portal digital</b>	<p>Total, Talento humano. Servidor. Equipo Gmer extremo DG 300) incluida impresora de diseño y pantallas.</p> <p>Diseños de interface. Diseños de páginas de inicio, Adaptación a la Web 2.0, maquetación y administración de contenidos, interacción con redes sociales como; TripAdvisor, Instagram Facebook, Twitter, YouTube, Foursquare Pinterest MySpace, evaluación de competencia en los diferentes canales, planeación de contenidos en redes sociales mes a mes, Planeación de campaña, producción de videos, Plan de comunicación, Estrategias de tráfico online, Campañas de promoción. Video (Duración 3 a 5 min) Filmación en HD, Sin locución. Video Testimonios (Duración 1 minuto) Sin locución. Sonido ambientación de fondo Videos Animados (Motion Graphic) (Duración 15 segundos). Créditos o envíos para plataforma Email Marketing. Instalación de Google Analytics e interpretación de estadísticas. Acompañamiento y Mantenimiento mensual</p>	\$2.000.0000
<b>Equipo de</b>		

<b>Software</b>		<b>\$1.000.000</b>
<b>Viajes y Salidas de Campo</b>	Transportes	\$1.000.000
<b>Materiales y suministros</b>	1. Cámara Fotográfica profesional	\$1.600.000
<b>Total Materiales y suministros</b>		
<b>TOTAL: todo esto da la impresión de implementación y va solo a diseñar</b>		<b>\$9.600.000</b>

## f. Resultados Esperados

Tabla 9.

Matriz de Resultados

RESULTADO/PRODUCTO ESPERADO	INDICADOR	BENEFICIARIO
Emprendimiento social etno-ecoturístico naranja, apoyado en una estrategia Stakeholders. E impulsado desde un portal digital a través de redes sociales	1	Cada organización
100 personas asesoradas en Santiago de Tolú y 100 en Coveñas Inclusión Socio económica. Emprendimientos naranjas, marketing. Digital. E Marketing Economía solidaria, Etno cultura a las unidades productivas o empresariales a emprender o fortalecer.	6 Meses 15 Encuentros vivenciales	5 organizaciones en Santiago de Tolú, y 5 en Coveñas conformadas por carperos y vendedores, restaurantes gastronómicos y productores de dulces típicos, guías turísticos bilingües, Hoteles de (Asetur), Secretarias de Turismo, 3 Agencias de viajes, Ambientalistas, Lancheros, cicleros entidades religiosa, casa de la cultura. Entidades privadas presentes en el territorio
100 personas asesoradas en Santiago de Tolú y 100 en Coveñas en acciones Innovación y competitividad. Plan de. E Marketing digital, Etno cultura.	3 Meses 15 encuentros vivenciales	Formadas en Santiago de Tolú, y en Coveñas conformadas por carperos y vendedores, restaurantes gastronómicos y productores de dulces típicos, guías turísticos bilingües, Hoteles de (Asetur), Secretarias de Turismo, 3 Agencias de viajes, Ambientalistas, Lancheros, cicleros entidades

		religiosa, casa de la cultura. Entidades privadas presentes en el territorio
Diseño y de un portal digital. Morrosquillo travels.	1 Portal digital Morrosquillo travels	Impulsado a través de redes sociales. TripAdvisor, Instagram Facebook, Twitter, YouTube, Foursquare Pinterest Myspace, entre otras.

## 11. Conclusions

- El departamento de sucre y el golfo de Morrosquillo ha descendido en materia de competitividad e informalidad en lo que a Sector turístico se refiere en comparación a otras regiones de Colombia, lo da como resultado imprescindible la articulación de estrategias conjuntas entre entes gubernamentales y privados para el impulso del sector turístico en forma sostenible.
- El sector Turístico del Golfo de Morrosquillo evidencia el potencial económico como fuente generadora de empleos y como motor de impulso a la economía departamental; su ubicación estratégica y las innumerables fuentes de recursos naturales, históricos y religiosos se vuelven un tesoro natural e inmaterial propio de explotar Sosteniblemente.
- Lograr articular rutas empresariales con capacitación empresarial, estándares de servicio de vanguardia y con acceso tecnológico; así como establecimientos debidamente formalizados y trabajando conjuntamente con entes departamentales (Cámara de comercio, Gobernación y Alcaldías) Por medio del cual se refleje el cuidado medio ambiental y el conocimiento y apropiación cultural del sector.
- La apropiación del sector privado por el cuidado de los matices inmateriales y el compromiso con el desarrollo económico de la región, que permite articular Clústeres económicos en el Golfo de Morrosquillo.
- El establecimiento de una ruta Etno-Eco turística desde una plataforma Web 2.0 que permita el aprovechamiento de los recursos naturales y los matices culturales, gastronómicos y religiosos de la región Por medio del cual se implementaran bases de economía naranja sostenible.

### Referencia Bibliograficas

- Arias. F. (2013). *Tolú y Coveñas destinos preferidos por los paisas*. Tomado en septiembre 29 de [http://www.elcolombiano.com/historico/bogota\\_tolu\\_y\\_covenas\\_son\\_los\\_destinos\\_preferidos\\_de\\_los\\_paisas-EYEC\\_262745](http://www.elcolombiano.com/historico/bogota_tolu_y_covenas_son_los_destinos_preferidos_de_los_paisas-EYEC_262745)
- Areces. R. (2004). *7 herramientas del marketing digital que deberías usar*. Recuperado de <http://www.webempresa20.com/blog/7-herramientas-de-marketing-digital-que-deberias-utilizar.html>
- Plan de desarrollo territorial Santiago de tolú 2016 2019. <http://www.santiagodetolusucre.gov.co>
- Anatacio. Y (2015). *Los 4 principales objetivos del marketing digital*. Recuperado en julio 22 de <http://estratega.digital/los-4/>
- Barquero, V. (2000). Desarrollo económico local y descentralización: Aproximación a un marco conceptual. CEPAL
- Carrio. J. (2015). *Alinear objetivos comerciales* Recuperado el 2 de junio de <http://blog.jocaja.com/articulos/alinear-los-objetivos-comerciales-con-los-globales-de-la-empresa-marketing-b2b-4/>
- EQUIZA, Fran (2001) Aportaciones a la teoría del desarrollo Revista Desarrollo humano e institucional de América Latina Nro. 23.
- Lecocq, X. (2009). Evolución de modelos de negocio: Hacia una visión de la estrategia en términos de coherencia dinámica. BenoîtDemi: Universia Business Review | Tercer Trimestre 2009 | ISSN: 1698-511

El caribe colombiano frente a los objetivos del desarrollo del nuevo milenio – observatorio del caribe colombiano [http://www.pnud.org.co/img\\_upload/lineabaseODMcaribe](http://www.pnud.org.co/img_upload/lineabaseODMcaribe).

Plan estratégico de desarrollo turístico de sucre 2011 – 2020. <http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones>

Gobernación de Sucre. (2016). Plan Departamental de Desarrollo de Sucre 2016 – 2019. “Sucre progresa en paz”. Sincelejo. <http://www.sucre.gov.co>.

Giménez Mercado, Claudia; Valente Adarme, Xavier Una aproximación a la pobreza desde el enfoque de capacidades de Amartya Sen Provincia, núm. 35, enero-junio, 2016, pp. 99-149 Universidad de los Andes Mérida, Venezuela.

London, Silvia; Formichella, María Marta El concepto de desarrollo de Sen y su vinculación con la Educación Economía y Sociedad, vol. XI, núm. 17, enero-junio, 2006, pp. 17-32 Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo Morelia, México. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/510/51001702.pdf>

Pérez S. Mauricio. La Libertad no es un Lujo, Bogotá, Universidad Externado de Colombia. Recuperado de: <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/ecoins/article/view/301/3226>

Cortez, S y Vergara M. (2009). Sucre paraíso sin descubrir plan de mercadeo para promocionar determinadas áreas del departamento y así contribuir con su desarrollo. Pontificia universidad javeriana facultad de ciencias económicas y administrativas departamento de administración de empresas Bogotá.

SEN, Amartya (1999) Desarrollo y Libertad. [Traducido al <español> de <Development as freedom>.] Editorial Planeta.

Barreto, M. (2002) "Planejamento e organização em turismo". Papirus, São Paulo.

- Bouncken, R. (2002) "Knowledge management for quality improvements in hotels". In: R. Bouncken & S. PYO, (eds.), Knowledge Management in Hospitality and Tourism. (pp.25 – 59) USA: The Haworth Hospitality press.
- Cortes Tinoco. S. M. (2009). *Sucre un paraíso sin descubrir*. Recuperado de 05 de agosto/16 de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9313/tesis402.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carrasco; P, W. (2011). *Proceso de marketing de servicios*. Recuperado el 08 Agosto/16 de <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/2715/Marketing%20Servicios%20Tolu.pdf?sequence=6>
- INCONTEC. MP- 22S- V1- Derechos reservados. *Indicadores*. Recuperado de <http://www.pascualbravo.edu.co/site/pdf/calidad/indicadores.pdf>
- Pro-Colombia. (24 de septiembre de 2012). Recuperado el 15 de mayo de 2019, de <http://www.procolombia.co/noticias/turismo-en-naturaleza-negocio-del-futuro>
- Ministerio de comercio, industria y turismo, (marzo 2013); Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia. Recuperado el 10 de marzo de 2019, de [https://www.anato.org/images/stories/Comunicados\\_2013/plan%20de%20negocio%20de%20turismo%20de%20naturaleza.pdf](https://www.anato.org/images/stories/Comunicados_2013/plan%20de%20negocio%20de%20turismo%20de%20naturaleza.pdf)
- Concepto Importancia de la Comunicación [en línea]. Colombia: Mitecnologico.com, 2010 [Consultado el 24 de marzo de 2012]. Disponible en internet: <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoImportanciaComunicacion>
- Mendoza, J. M. (2011). Decisiones Estratégica. Macro-administración. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte.

Romero, E. (2017). Estrategia para posicionar el golfo de Morrosquillo como destino turístico: Propuesta de un modelo de desarrollo local. Cartagena, Colombia. Universidad Tecnológica de Bolívar.

Estrada, E. Correa, C. (2013). Proyecto ecoturístico de la región caribe colombiana. Barranquilla, Colombia: Universidad Simón Bolívar.

Aguilera, M; Bernal, C; Quintero, P. (2006) Turismo y desarrollo den el caribe colombiano. Cartagena, Colombia: Centro de estudios económicos Regionales (CEER)- Banco de la república.

STEFFENS, D. (2016). Desarrollo de ventajas competitivas en el turismo de la región caribe, Colombia. Barranquilla, Colombia: Universidad autónoma.

Ministerio de Industria, Comercio y turismo (2012). Informe al congreso Bogotá D.C.

El Plan Departamental De Desarrollo De Sucre 2016 - 2019 “Sucre Progresa En Paz. Pág. 22-23

Plan de Desarrollo Municipal 2016 – 2019 “POR LA COVEÑAS QUE QUEREMOS, DESARROLLADA Y EN PAZ”

Plan de Desarrollo Municipal 2016 – 2019. 3 EL PLAN DE TODOS POR EL CAMBIO

## **Cibergrafias**

<https://www.hiberus.com/crecemos-contigo/marketing-online-empresas-turisticas/>

Gobernación de Sucre. (2016). Plan Departamental de Desarrollo de Sucre 2016 – 2019. “Sucre progresa en paz”. Sincelejo. <http://www.sucra.gov.co>.

Plan de desarrollo territorial Santiago de tolú 2016-2019.<http://www.santiagodetolu-sucra.gov.co>

Plan vial Departamental de Sucre 2010-2019. <http://www.sucra.gov.co>.